

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

1. Назовите этапы развития наружной рекламы и исторические закономерности развития наружной рекламы. Опишите современные виды наружных рекламоносителей.
2. Выделите преимущества и недостатки современных наружных рекламоносителей с точки зрения рекламодателя.
3. Выделите преимущества и недостатки наружной рекламы с точки зрения потребителей рекламной информации. Функции наружной рекламы. Роль наружной рекламы в архитектонике города.
4. Функции наружных рекламоносителей.
5. Функции и виды витринной рекламы.
6. Особенности разработки макетов наружной рекламы.
7. Специфика выбора материалов и техники исполнения макетов наружной рекламы.
8. Особенности рекламы на транспорте. Функции транспортной рекламы.
9. Коммуникативная и экономическая эффективность в наружной рекламе.
10. Оценка эффективности наружной рекламы. Методы проведения оценки.
11. Специфика технологии производства наружной рекламы.
12. Сущность сервисного обслуживания объектов наружной рекламы. Субъекты, выполняющие сервисное обслуживание объектов наружной рекламы.
13. Особенности сервисного обслуживания объектов наружной рекламы.
14. Техническое оснащение и поддержка объектов наружной рекламы.
15. Технологии по конструктивной разработке объектов наружной рекламы.
16. Специфика сервисного обслуживания объектов наружной рекламы.
17. Отличие или сходство обслуживания объектов наружной рекламы.
18. Основные определения и положения закона «О рекламе» в отношении наружной рекламы.
19. Документы при оформлении размещения наружной рекламы. Специфика оформления документов.
20. Субъекты рынка, осуществляющие процесс размещения наружной рекламы. В чем заключается их деятельность.
21. Контролирующие и регулирующие органы власти, Комитеты по наружной рекламе.
22. Функции и основные направления деятельности законодательных органов власти по наружной рекламе.
23. Авторское право в наружной рекламе. Особенности выявления и определения авторства в наружной рекламе.
24. Право владения рекламными конструкциями и специфика сдачи в аренду наружных рекламоносителей.
25. Функции рекламного агентства в производстве наружной рекламы.
26. Процесс размещения наружной рекламы. Кто из субъектов рынка участвует в процессе размещения наружной рекламы.
27. Принципы формирования рекламного бюджета на размещение и производство наружной рекламы.
28. Медиапланирование наружной рекламы как часть рекламной деятельности рекламного агентства.
29. Разработка бюджета размещения и производства наружной рекламы.
30. Выбор и обоснование рекламоносителей наружной рекламы – преимущества и недостатки рекламоносителей.
31. Медиапланирование наружной рекламы. Составление графика размещения наружной рекламы.

32. Таргетинг в наружной рекламе. Способы проведения таргетинга в наружной рекламе.
33. Как рекламные агентства осуществляют медиапланирование наружной рекламы.
34. Что собой представляет креатив в наружной рекламе.
35. Дайте определение креативу в наружной рекламе. Виды креатива в наружной рекламе.
36. Выражение креатива в наружной рекламе. Конструктивный креатив в наружных носителях.
37. Визуализация как основа креатива в наружной рекламе. Особенности визуализации.
38. Рациональные и иррациональные способы передачи информации в наружной рекламе.
39. Этапы разработки креатива в наружной рекламе.
40. Оценка эффективности креатива в наружной рекламе. Методы проведения оценки креатива.